العنوان:	الحجاج والصورة الإشهارية
المصدر:	أعمال ندوة : الصورة : حدود التأويل وحدود الترجمة - مدرسة الملك فهد العليا للترجمة بطنجة - المغرب
المؤلف الرئيسي:	العزاوي، أبو بكر
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	1996
مكان انعقاد المؤتمر:	طنجة
الهيئة المسؤولة:	مدرسة الملك فهد العليا للترجمة
الشهر:	مارس
الصفحات:	75 - 91
رقم MD:	576365
نوع المحتوى:	بحوث المؤتمرات
قواعد المعلومات:	AraBase
مواضيع:	الإشهار
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/576365

الحجاج والصورة الإشهارية

أبو بكر العزاوي
كلية الآداب - بني ملال

الحجاج والصورة الإشهارية

أبو بكر العزاوي
كلية الآداب – بني ملال

يهدف هذا البحث إلى القيام بتحليل حجاجي لنماذج من الصورة الإشهارية، ويهدف من وراء ذلك إلى طرح أسئلة جديدة بخصوص دراسة الصورة الإشهارية أو الصورة بصفة عامة. وسيتم الوقوف عند مجموعة من القضايا من أبرزها : مفهوم الحجاج – البنية الداخلية للصورة – الخلفية المعرفية (الإيديولوجية) للصورة – المزاوجة بين المكونات اللغوية والمكونات الإيقونية –...الخ. وسيتم الربط هنا بين الجوانب المعرفية التصورية للصورة وجوانبها الحجاجية الإقناعية. ففيما يخص الجانب الأول سنعتمد ما قدمه جاكندوف (Jackendoff) مثلاً بخصوص البنية التصورية، كما أننا سنعتمد نظرية "الحجاج في اللغة" (L'argumentation dans la langue) لمعالجة الجانب الثاني. ولقد لجأنا إلى هاتين النظريتين بغية طرح أسئلة جديدة واعتماد مصطلحات ومفاهيم أخرى في مقاربة الصورة الإشهارية بعد أن كانت الدراسات السابقة تقتفي خطى غريماس ورولان بارث وكريستيان متز (Ch. Metz) وغيرهم، وتعتمد مصطلحات من قبيل: العلامة – الاعتباطية – الخطية – بلاغة الصور – التعيين والإيحاء – المستوى التراكبي والمستوى الجدولي – التمفصل المزدوج...الخ ، أي أن الإطار المرجعي كان هو اللسانيات البنيوية أو السميولوجيا والبلاغة التقليدية أو الحديثة.

إن نظرية الحجاج في اللغة المعتمدة في هذا البحث نظرية لسانية حديثة تختلف عن كل المقاربات التي عالجت الحجاج من منظور منطقي أو فلسفي أو بلاغي، إنها ترى أن الحجاج (argumentation) أو الاستدلال

الطبيعي غير البرهاني هو الوظيفة الأساسية للغة ، وأنه مُؤشّرٌ له في بنية اللغة نفسها. وبعبارة أخرى فهي تهتم بالوسائل والإمكانات اللغوية التي تمدنا بها اللغات الطبيعية لتحقيق بعض الأهداف واللغايات الحجاجية. ولتوضيح مفهوم الحجاج ينبغي مقارنته بمفهوم البرهنة (démonstration) أو الاستنتاج المنطقي (déduction logique) فإذا كان الاستنتاج حتمياً وضرورياً في الخطاب المنطقي والبرهاني ، فإنه يكون احتمالياً في الخطاب الطبيعي الذي هو خطاب حجاجي بالدرجة الأولى. ولنقرب هذا بشكل أكثر، فإننا سنأخذ الخطاب الإشهاري التالي : (1)

«سجائر خفيفة رفيعة فاخرة بالفلتر اللؤلؤي»

وقبل الشروع في تحليل الجوانب الحجاجية لهذا الخطاب، نود أن نذكر بعض المفاهيم والمصطلحات التي تقوم عليها النظرية الحجاجية ومن أهمها: مفهوم الحجة أو الدليل (argument) والنتيجة (conclusion)، ولا بد من الإشارة بهذا الصدد إلى أن هذين المفهومين كانا ، في التصور السابق الذي نجده عند اللغوي الفرنسي أزفالد ديكرو (O. Ducrot) مؤسس النظرية الحجاجية، عبارة عن جمل وأقوال. فجملة من قبيل (الجو جميل ، لنخرج إلى النزهة) تشتمل على حجة هي (الجو جميل) يقدمها المتكلم لصالح نتيجة محددة هي القسم الثاني من الجملة السابقة (لنخرج إلى النزهة)، ويمكن صياغة هذه العلاقة الحجاجية على الشكل التالي :

الجو جميل

لنخرج إلى النزهة.

أما في التصور الذي نجده في أعماله الأخيرة ، فإن هذه المفاهيم أعطيت لها دلالة واسعة ومجردة ، فالحجة حسب هذا التصور الجديد ، عبارة عن عنصر دلالي يقدمه المتكلم لصالح عنصر دلالي آخر (النتيجة)، والحجة قد ترد في هذا الإطار على شكل قول أو فقرة أو نص ، أو قد تكون سلوكاً غير كلامياً ، والعلاقة الحجاجية هي العلاقة التي تقوم بين حجة أو مجموعة من الحجج والأدلة من جهة والنتيجة التي تخدمها وتؤدي إليها من جهة أخرى ، ثم إن هذا المفهوم شامل وواسع

جداً بحيث يشمل عدداً كبيراً من العلائق الدلالية والمنطقية مثل: الشرط، الاستلزام، الاستنتاج، التبرير، السببية ...الخ. وهذا الربط بين الحجة والنتيجة لا بد له من ضامن، وهذا الضامن هو المبادئ الحجاجية (Topoi) أو مسلمات الاستدلال الحجاجي. وإذا عدنا إلى الخطاب الإشهاري السابق (سجائر خفيفة رفيعة فاخرة بالفلتر اللؤلؤي)، والذي أخذناه من صورة إشهارية تشمل أيضاً على أيقونات متمثلة في صورة علبة مفتوحة تبدو منها السجائر وسيجارة موضوعة إلى جانبها وولاعة ممتازة وإذا عرفنا أن الغاية من الإشهار هي التأثير في المتلقي ودفعه إلى شراء المنتوج ، فإننا سنعرف بالتالي أن هذا يتطلب إقناعا وحجاجاً واستدلالاً. فإذا أخذنا الخطاب الإشهاري السابق ، فإننا نجده يتضمن مجموعة من الحجج والأدلة وهي :

1- السجائر خفيفة (أي أنها تتضمن نسبة محدودة من النيكوتين ، وضررها هو بالتالي أقل وأخف).

2- السجائر رفيعة (الجودة والامتياز).

3- السجائر فاخرة وبالفلتر اللؤلؤي).

وهذه الحجج تخدم نتيجة من قبيل (اشتر هذا النوع من السجائر) أو (هذا هو النوع المفضل) أو (هذه هي سيجارتك إن كنت ترغب في الجودة والخفة) إلى غير ذلك من النتائج الممكنة والمحتملة، والمرتبطة بالسياقات الاجتماعية والتواصلية العامة.

ويمكن إعطاء نماذج أخرى من الخطاب الإشهاري :

- كل أم تحب طفلها تختار له منذ شهره الرابع طعاماً لذيذاً ومغذياً.
- هما كيحبوا الطِّيبَة دْ كولكات ، واحْنا الطيبة والفعالية دكولكات.
- جاڤيل لاكروى كيزول الطبايع العنيدة.

فالطبيعة الحجاجية لهذه الخطابات الإشهارية واضحة وجلية. فالنموذج الأول الذي هو إعلان إشهاري للمنتوج الغذائي (سيريلاك) يتضمن الحجج : (سيريلاك طعام لذيذ) ، (سيريلاك طعام مغذ) والتي يقدمها لصالح النتيجة (إن كنت تحبي طفلك فاشتري له سيريلاك). أما المنتوج الثاني فيشتمل على حجتين مقدمتين لصالح النتيجة (معجون الأسنان المفضل والمطلوب هو كولكات) ، وهما (الطِّيبة) و(الفعالية).

ويتضمن النموذج الإشهاري الثالث حجة واحدة هي (جاڤيل لاكروى يزيل الطبايع العنيدة) ونريد أن نشير بهذا الصدد إلى أن الحجج والنتائج في الخطاب الطبيعي قد يكون ظاهرة أو مضمرة بخلاف البراهين والنتائج المنطقية في اللغات الصورية والإصطناعية (منطق ، رياضيات...) ، فهذه الأخيرة لا بد وأن تكون صريحة وظاهرة.

إلى هذا الحد نكون قد أعطينا فكرة عن الطبيعة الحجاجية للغة الطبيعية ، وعرفنا ببعض مفاهيم نظرية الحجاج في اللغة ، ونكون في الوقت نفسه قد حللنا نماذج من الخطاب اللغوي الذي تتضمنه الصورة الإشهارية. نصل بعد هذا إلى صلب هذا العرض وجوهره الأساسي، ونطرح الأسئلة التالية:

- هل هناك حجاج في الصور الإشهارية ؟ وما هي أهم مظاهره ؟
- وهل المكونات الأيقونية لها طبيعة حجاجية ؟
- وهل يمكن أن ندرس الخطاب البصري (Visuel) بالمنهج الذي ندرس به الخطاب اللغوي ؟

نطرح هذه الأسئلة ونحن نعرف أن التصور العام والشائع للحجاج هو أنه نشاط خطابي لغوي. فالخطاب الحجاجي حسب عدد كبير من الدارسين، مناطقة ولغويين وبلاغيين وفلاسفة...، يتمثل في التأليف بين مجموعة من القضايا تهدف كلها إلى إثبات صحة قضية أخيرة تقدم باعتبارها النتيجة لهذه المتوالية الاستدلالية، لكننا لا نستطيع مع ذلك أن لا نلاحظ أن الصور وسلطتها الإقناعية قد استغلت بشكل كبير في حضارة تتجه نحو الاستغناء عن الكتابة ، وتفضل عليها أشكالاً تعبيرية أخرى قادرة على خلق استجابة أكثر سرعة، ومشغلة لميكانزمات اللاوعي بشلك عميق، ثم إن التعرف على واقع هذه السلطة الإقناعية يدفعنا إلى دراسة الإمكانات الحجاجية للصورة ولاشتغالها. ووجود هذه الإمكانات لا يشك فيه أحد، ولو أنه لم يظفر لحد الآن بدراسة نسقية. والمهتمون بالحجاج يقع تركيزهم على الخطاب اللغوي، وعلى الإمكانات والأدوات التعبيرية التي تمدنا بها اللغات الطبيعية. (2).

إن المقالات القليلة التي عثرنا عليها لكل من Odile Le Guern و Michèle Pauget لا يمكن أن نعتمدها في هذا البحث لأنها تتبنى

المقاربات التي عالجت الحجاج من منظور منطقي أو فلسفي أو بلاغي (3)، ولأنها تختلف جذرياً عن نظرية الحجاج في اللغة التي اعتمدناها في دراسة الظواهر اللغوية والأنماط الخطابية. إننا نعتقد أن هذه النظرية الأخيرة قابلة للتطوير ، وأنه يمكن توسيع مجال تطبيقها ليشمل مختلف النصوص والخطابات الأدبية والفلسفية والسياسية والإشهارية والسينمائية والبصرية. فنحن نميز عادة في الخطاب - أي خطاب - بين ثلاث مستويات :

- مستوى معرفي ذهني (cognitif).
- مستوى وسيلي أداتي.
- مستوى سوسيو ثقافي.

وهذا ينطبق على الخطاب البصري، وعلى الصورة الإشهارية أو السينمائية، وهو ما يدفع إلى التفكير في دراسة الجوانب الحجاجية لهذه الأنماط الخطابية الأخيرة ، وللمكونات الأيقونية بشكل خاص.

ولكن إذا كنا في المستوى اللغوي نتحدث عن الحجج والنتائج باعتبارها عناصر دلالية ، فالحجج قد تكون كلمات أو جملاً أو فقرات بأكملها ، ولكن الذي يقدم باعتباره حجة هو عنصر دلالي ما، ولا تهمنا تحققاته وتمظهراته الشكلية والمادية التي تختلف من سياق لآخر ومن حالة لأخرى، فإننا هنا في مستوى أعم نتعامل مع أشكال عديدة من التواصل (الكلامي، الأيقوني، السلوكي...) نحتاج إلى توسيع التعريف الذي قدمناه لمفهوم الحجة، وبالتالي لمفهوم الحجاج حتى يشمل مختلف أنماط العملية التواصلية.

فالتواصل قد يكون لغوياً أو غير لغوي ، والحجاج يكون هو الآخر بوسائل لغوية وأخرى غير لغوية. وإذا كان الأستاذ طه عبد الرحمن قد قال في بحثه الذي يحمل عنوان : «التواصل والحجاج» ما نصه : «لا تواصل باللسان من غير حجاج ولا حجاج بغير تواصل باللسان» (4) فإننا نعدل هذه القولة ونوسع مجال تطبيقها فنقول : «لا تواصل من غير حجاج ولا حجاج بغير تواصل»، فيكون الحجاج مرتبطاً بكافة أشكال التواصل. ومن أجل هذا التعديل والتوسيع المطلوب سنعتمد نظرية الدلالة التصورية كما هي عند جاكندوف ، وبالضبط في كتابه

(semantics and cognition) المنشور سنة 1983 ، والذي يذهب فيه إلى أن البنية الدلالية هي البنية التصورية، وذلك في إطار الجدل القائم حول علاقة المعنى بالتصو، وبشكل أدق ، فإن البنيات الدلالية – حسب جاكندوف – هي جزء من البنيات التصويرية (conceptuelles)، ويقول هذا اللغوي بهذا الصدد: «إن البنيات الدلالية يمكن أن لا تكون إلا مجموعة داخل البنيات التصورية ، وهي بالضبط البنيات التصورية القابلة لأن يعبر عنها كلامياً» (5). وقد وضع جاكندوف بعض القيود التي اعتبرها ضرورية لكل نظرية لمعنى العبارة اللغوية ، نشير منها إلى القيد المعرفي (cognitif) فقط. وهذا القيد يسلم بوجود بنية تصورية انطلاقاً من الملاحظة المزدوجة لقدرتنا على التعبير كلامياً عن دخل حواسي (Input Sensoriel) وعلى تنفيد الأوامر والتعليمات المنقولة إلينا كلامياً. ويوضح هذا بقوله : «يوجد مستوى وحيد للتمثيل الذهني – وهو البنية التصورية – تكون فيه المعلومات اللسانية والحواسية والحركية متلائمة بشكل أفضل» (6). ففي هذا المستوى ستتم معالجة كافة أشكال التواصل اللغوي والأيقوني والسلوكي بطريقة موحدة وأدوات متماثلة. ففي البنية التصورية سنتحدث عن عناصر تصورية ، هي التي تتم معالجتها في هذه البنية ، أما العناصر الدلالية المرتبطة بالخطاب اللغوي أو بالتواصل باللغات الطبيعية فهي جزء من هذه العناصر التصورية. ولهذا فإننا إذا كنا بصدد دراسة الخطاب البصري المكون من أيقونات (الأشياء، الألوان،...) أو التواصل السلوكي (non verbal) ، فإن الحجج والنتائج ستكون في هذا الإطار عبارة عن عناصر أيقونية أو سلوكية ، وستكون في الوقت نفسه عناصر تصورية وذلك في مستوى البنية التصورية. وتتفاعل هذه الأنماط من التواصل غير اللغوي مع التواصل اللغوي وتتكامل معه داخل العملية التواصلية الكبرى لتحقيق نفس الأهداف والغايات المتوخاة. ففي إشهار السجائر الأمريكية (مارلبورو...) مثلاً ، نجد أن الصورة الإشهارية تشتمل على أيقونات عديدة : صورة الأمريكي الضخم الجثة المرتدي "لبنطلون الدجين" ، أو رعاة البقر (cowboy) ، أو الطبيعة الخلابة المشمسة أو الجلسات العائلية الدافئة أو أدوات فاخرة رفيعة من

النوع الممتاز..الخ. فهذه المكونات الأيقونية تشتمل على عناصر تصورية يتم تقديمها باعتبارها حججاً وأدلة لصالح النتيجة المتوخاة والتي قد تكون من قبيل (هذا هو المنتوج الذي تبحثون عنه) أو (جودة المنتوج). وهذا هو النمط الأول من الحجج وهناك النمط الآخر - وهو الأساسي - ويتمثل في خصائص المنتوج وميزاته ، فمن خصائص هذه السيجارة أو تلك نجد : النكهة ـ المذاق ـ المتعة ـ الجودة ـ الخفة...الخ.

فإذا أخذنا الصورة الإشهارية رقم (1) من الصور التي يتضمنها المتن المثبت في آخر هذا البحث، هذه الصورة التي هي إعلان إشهاري للسيجارة الأمريكية (مارلبورو Marlboro) تتضمن صورة لرعاة البقر (cowboy) ولا تتضمن أى مكون لغوي غير اسم السيجارة، ولولا هذا الإسم المثبت في أعلى الصورة لما عرفنا أن هذا الإشهار يتعلق بهذا النوع من السجائر الأمريكية ، ولا تتضمن كذلك صورة لعلبة السجائر أو لنموذج منها. إذا رجعنا إلى الأيقونات التي تشتمل عليها هذه الصورة فإننا نجد أن لها دلالات وقيما عديدة ، من هذه القيم والدلالات والإيحاءات ما هو إيجابي مثل القوة والمغامرة والصراع والتفوق ، ومنها ما هو سلبي مثل القيم التالية: إبادة شعبٍ فوق أرضه ، الظلم والغطرسة والعدوان، إقامة حضارة هجينة،... الخ، ولكن الذي يوظف باعتباره حججاً وأدلة لصالح النتيجة المقصودة هو القيم الإيجابية للعناصر الأيقونية الموظفة في الصورة. فهذه القيم الإيجابية هي عناصر أيقونية في مستوى الصورة وهي عناصر تصورية في مستوى البنية التصورية لأنها ترتبط بالإدراك والتصور، وفي هذه البنية الأخيرة تعالج كل العناصر اللغوية وغير اللغوية. أما القيم السلبية فلا تصلح لأن توظف باعتبارها حججاً في السياق ، بل إنها قد تكون حججاً مضادة للنتائج المتوخاة.

إذن لو طرحنا السؤال بخصوص هذه الصورة الإشهارية (1) : أين هي مظاهر الحجاج في هذه الصورة ؟ وأين هي وسائل التأثير والإقناع ؟ فإننا سنحس ببعض الحرج وبالغرابة لأننا اعتدنا ربط الحجاج باللغة والخطاب. فليس هناك أقوال ولا جمل في هذا النموذج ، هناك الصورة فقط بتداعياتها وإيحاءاتها، وما تستدعيه في مخيلتنا وذاكرتنا ، أي

ني خلفيتنا المعرفية. ولو اعتمدنا نظرية الأطر (Frame theory) وهي نظرية لسانية نفسية معرفية حديثة تهتم بضبط الآليات التي تتحكم في عملية إنتاج الكلام وفهمه ، لقلنا إن هذه الصورة تقدم لنا إطاراً دلالياً معرفياً وإحالياً معينا هو إطار أمريكا الدولة العظمى أولاً ، وهو إطار رعاة البقر ثانياً ، ومكونات هذا الإطار هي : الطبيعة ، القوة والمغامرة ، رعاة البقر، الفروسية، أمريكا... إلى غير ذلك.

والسيجارة الأمريكية (مارلبورو) مكون أساسي من مكونات الإطار وقد ورد هذا الإسم في أعلى الصورة ، وربما كان هذا الإسم ملخصاً لكل المكونات السابقة بحيث يبدو لنا وكأن هناك تكافؤا وتماثلاً بين الإسم والصورة ، فالإسم هو الصورة والصورة هي الإسم. إذن فهذا النوع من السجارة ينتجه ويدخنه من يندرجون في هذا الإطار ، أو من يريدون الاندماج فيه وهم المرسَل (المخاطَب المتلقي) بالنسبة لهذا الخطاب الإشهاري.

وتشكل هذه الصورة النمط الأول من الصور الإشهارية الذي لا يشتمل إلا على مكونات أيقونية فقط، ولا يتضمن أي مكون لغوي. والحجج والأدلة والنتائج ينبغي أن نبحث عنها هنا في الأيقونات. والمكونات الأيقونية في هذه الصورة كافية لوحدها ، وطبيعتها الحجاجية ظاهرة، ولا يمكن أن ننفي عن الصورة طابعها الحجاجي التأثيري الإقناعي وإلا كانت الصورة غير منسجمة ، وانتفت العلاقة الموجودة بين اسم السيجارة والأيقونات الواردة في الصورة.

لقد أشرنا من قبل إلى أن القيم الإيجابية للمكونات الأيقونية هي التي توظف باعتبارها حججاً ولغايات حجاجية استدلالية ، فالحجج ليست حججاً ثابتة مستقرة ، ولسيت حججاً بذاتها وطبيعتها ولكن السياق التصوري المعرفي أولاً ، والحجاجي الاستدلالي ثانياً ، هو الذي يكسبها طابعها الحجاجي ، وبعبارة أخرى فقد تكون حججاً وأدلة تخدم غاية محددة ونتيجة معينة في هذا السياق ، ولا تكون كذلك في سياق آخر.

وإذا انتقلنا الآن إلى الصورة رقم (2) من صور المتن، فإنها تشتمل بالإضافة إلى اسم السيجارة (مارلبورو لايتس Marlboro Lights)، على أيقونات عديدة هي: الطبيعة الفسيحة، رعاة البقر، صورة علبتين:

إحداهما مغلقة والأخرى مفتوحة تبدو منها نماذج من السجائر ، الألوان...الخ.
وهناك أيضاً نص لغوي هو «مارلبورو بمزاياها في سيجارة خفيفة» ، وهذه الصورة تشكل النمط الثاني من أنماط الصورة الإشهارية ، وهو الذي تتم فيه المزاوجة بين المكونات اللغوية والمكونات الأيقونية ، ولو حللنا النص اللغوي السابق لوجدناه يتضمن حجتين اثنتين :
- مارلبورو لها مزايا عديدة : يعرفها المتلقي ويعرفها الجميع ، فهذا شيء مسلم به من لدن الكل، ثم إنها تبدو لنا من خلال صورة العلبتين المفتوحة والمغلقة ومن خلال صور نماذج من السيجارة.
- السيجارة "مارلبورو" خفيفة.
وما قلناه عن الحجاجية الأيقونية (argumentation iconique) في الصورة الأولى نقوله عن الأيقونية التي تتضمنها هذه الصورة. ولكن الإشكال الذي يطرح هنا هو كالتالي : عندما تشتمل الصورة على مكونات أيقونية فقط (وربما مع اسم المنتوج) فهنا ستوظف الأيقونات باعتبارها حججاً ، وسنتحدث بالتالي عن الحجاج الأيقوني ، لكن عندما تشتمل الصورة على جمل وأقوال توظف حجاجيا، وتتضمن في الوقت نفسه أيقونات عديدة (الأشياء objets ، الألوان...) : فهل هذه الأيقونات تكون وظيفة حجاجية ؟ وهل هناك - بالتالي - علاقة بين المكونات اللغوية والمكونات الأيقونية من المنظور الحجاجي ؟ وما طبيعة هذه العلاقة؟ وبعبارة أخرى : هل توظف هذه المكونات كلها حجاجيا ؟ وإذا كان الأمر كذلك ، فما العلاقة بين النمط الأول والنمط الثاني ؟ وهل الأمر يتعلق بتوزيع تكاملي ، بمعنى أن المكونات اللغوية تكون لها وظيفة حجاجية والأيقونية تكون لها وظائف أخرى (تأكيد ، توضيح ، تمثيل...) ؟ إننا نعتقد أن هذين النوعين من المكونات (اللغوية والأيقونية) يوظفان معا حجاجياً ، وأن التكامل والتفاعل بينهما يهم الجوانب الإخبارية الإعلامية كما يهم الجوانب الإقناعية الاستدلالية ، إلا أن النص اللغوي يؤدي وظيفة أساسية تتمثل في تحديد الوجهة الحجاجية للخطاب وتتمثل كذلك في تقييد وحصر الإمكانات التأويلية الدلالية والحجاجية. ويتم هذا التفاعل والتكامل بأشكال عديدة وفي

مستويات مختلفة وتؤدي كلها إلى نتيجة واحدة ووحيدة. فلو أخذنا الصورة (3) التي تتضمن إشهاراً للسيجارة (لاكي سترايك) ، والتي تتضمن نصاً لغوياً إلى جانب العناصر الأيقونية، فإننا نجد نمطاً أولاً من التكامل بين مكونات الصورة اللغوية والأيقونية، فهناك صورة شخص أمريكي ضخم الجثة ، يمتطي دراجة نارية ويدخن سيجارة «لاكي سترايك»، وإلى جانب هذه الصورة هناك النص اللغوي الذي يقول: «السيجارة الأمريكية الأصيلة مصنوعة في الولايات المتحدة الأمريكية»، وهو مكتوب باللغتين العربية والأنجليزية ، الشيء الذي جعل فضاء الصورة فضاء أمريكا بشكل تام ومطلق ، فالشخص الموجود في الصورة ذو ملامح أمريكية (سحنته، ارتداؤه لـ "الدجين"...) والسيجارة أمريكية (لاكي سترايك) اسماً وصنعاً وموطناً ، والنص اللغوي مكتوب باللغة الأنجليزية ، ثم إنه يؤكد أن السيجارة أمريكية أصيلة وأنها مصنوعة في الولايات المتحدة الأمريكية. إذن التكامل واضح وبين في هذا المستوى الأول ، فما يقوله النص اللغوي تعبر عنه الأيقونات أيقونياً ، أما إذا انتقلنا إلى مستوى آخر ، فإن التكامل يكون مرتبطاً بالاختلاف القائم بين اللغة الأيقونية واللغة الكلامية ، وكثيراً ما تلجأ الصورة الإشهارية إلى النمط الأول ، بل وتكتفي به في أحيان كثيرة. والحجتان الأساسيتان الواردتان في هذه الصورة - لغوياً وأيقونياً - هما :

- السيجارة أمريكية
- السيجارة أصيلة

فالحجة الأولى هي أن السيجارة أميركية ، بل وهناك تأكيد على أنها مصنوعة في الولايات المتحدة الأمريكية ، وهذه الحجة معبر عنها باللغة الأنجليزية لتأكيد المصدر الأصلي للسيجارة (أميركا) ولتنسجم المكونات اللغوية مع المكونات الأيقونية، فالنص اللغوي اعتمد اللغة الأنجليزية وهذا على مستوى الأداة والوسيلة ، أما على مستوى المضمون والمحتوى فإنه يقول إن السيجارة أميركية ، فهناك تكامل وانسجام داخل النص اللغوي بين الأداة والمضمون. وهذه المكونات اللغوية تتكامل وتنسجم مع الأيقونات ، وبالضبط مع صورة العلبة التي كتب على غلافها (made in

U.S.A). وقد عبر عن هذه الحجة أيضاً باللغة العربية لأن المتلقي هنا هو العربي ، فالصورة الإشهارية منشورة بإحدى المجلات العربية، (الحوادث). أما ما يعنيه التأكيد على أن السيجارة أميركية فهذا بديهي ومعروف ، فلفظة "أميركا" يرتبط بها - كما أشرنا إلى ذلك من قبل - إطار معرفي ودلالي تتمثل عناصره في: الدولة العظمية - الصناعة والتكنولوجيا - القوة والعظمة - التقدم ...الخ.

أما الحجة الثانية فهي أن السيجارة أصيلة وأنها مصنوعة فعلاً في الولايات المتحدة الأميركية ، وأنها لا تحمل طابعاً مزوراً ، وهذه الحجة تابعة للحجة الأولى، وبهما معاً تكتمل الصورة ، وتكتمل وسائل التأثير والإقناع ، ويتم نقل النموذج الأمريكي المراد نقله (اللباس، الدراجة، السيجارة ، اللغة...). وتكون النتيجة المقصودة التي تؤدي إليها الحجج اللغوية والحجج الأيقونية هي من نمط (هذه هي سيجارتك) أو (هذه سيجارة أمريكا) أو (هذه سيجارة الدول العظمى)، (هذه سيجارة الأقوياء)، (سيجارة الصناعة والتكنولوجيا) إلى غير ذلك..

ولننتقل الآن إلى الصورة رقم (4) التي هي إعلان إشهاري للسيجارة DUNHILL. فهذه الصورة تشتمل على نص لغوي هو : «العالم كله يسلم بأنها أفخر سيجارة في العالم» ، وهو مكون من حجتين : الأولى هي «أن DUNHILL أفخر سيجارة في العالم» (ونلاحظ هنا استعمال أسلوب التفضيل) ، أما الحجة الثانية فهي : «العالم كله يسلم بهذا» ، ونلاحظ أن الكلمات التي تم توظيفها هنا تم انتقاؤها بعناية لتتلاءم مع الحجة السابقة (هذه أفخر سيجارة في العالم)، فهي تؤكد على الكلية والعموم والشمولية (العالم ـ كله ـ أفخر) ، وتؤكد على أن الأمر يتعلق بالتسليم (من المسلمات والبديهيات) لا بمجرد الاعتقاد والظن والتضمين. وما عبر عنه النص اللغوي (أي الحجاجية اللغوية) عبَّرت عنه الأيقونات أيقونياً (أي الحجاجية الأيقونية) : ولاعة من نوع فاخر وممتاز - صورة لنموذج من السجائر الموجودة بالعلبة - السيجارة لها فلتر لؤلؤي وفضي فاخر - النقوش التي تحيط بالصورة الإشهارية فضية وناصعة البياض - ثم إن غلاف العلبة كتبت عليه هذه العبارة (Filter de luxe) - الألوان الموظفة في الصورة... إلخ ، إذن كل شيء في

هذه الصورة فاخر ولؤلؤي ورفيع ، والنتيجة هي (اختر النوع المفضل والفاخر). ومما تجدر الإشارة إليه بهذا الصدد هو أن الربط بين الحجج والنتائج ، داخل العلاقة الحجاجية ، لا بد له من ضامن ، وهذا الضامن هو ما أسماه ديكرو «المبادئ الحجاجية» على غرار مبادئ ومسلمات الاستدلال المنطقي. وهذه المبادئ - خلافاً للمسلمات المنطقية ذات الطبيعة الحتمية والمطلقة - تتصف بكونها عامة ونسبية تدريجية ، وهي عبارة عن قواعد عامة تجعل العمليات الحجاجية ممكنة ، والمبادئ الحجاجية ترد عامة بهذه الصيغة (أو بصيغة مماثلة تبرز طابعها التدرجي): (7)

بقدر ما تجتهد بقدر ما تنجح

بقدر ما تكون التجارة رائجة بقدر ما يكون الربح وفيراً

وهذه المبادئ ينبغي أن نبحث عنها ، بالنسبة لموضوعنا هذا ، انطلاقاً من الحجج المعتمدة وانطلاقاً من البنية الداخلية للصورة الإشهارية.

وإذا عدنا إلى الخطاب الإشهاري الأول الذي درسناه في بداية البحث ، وهو مأخوذ من الصورة التي تحمل رقم (5) من صور المتن (سجائر خفيفة رفيعة فاخرة بالفلتر اللؤلؤي) ، فإن المبادئ الحجاجية التي يقوم عليها هذا الخطاب ، يمكن أن تكون من نمط :

- بقدر ما تكون السيجارة خفيفة بقدر ما يكون الإقبال عليها متزايداً.
- كلما كانت السيجارة رفيعة وفاخرة ، كلما كانت النوع المفضل.

ويمكن تخيل مبادئ حجاجية أخرى بحسب المتكلمين وبحسب مقاصدهم وسياقاتهم التخاطبية والتواصلية.

نصل بعد هذا إلى سؤال جوهري هو كالتالي : كيف تتم معالجة العناصر الأيقونية في البنية التصورية ؟ وهل تتم ترجمتها إلى عناصر دلالية ؟ وهنا يمكن التمييز بين مواقف عديدة :

1 - الموقف الذي تبنته الباحثة الفرنسية Odile Le Guern :

وهو أن العناصر الأيقونية يتم تحويلها من قبل المتلقي إلى مجموعة من البنيات القضوية. إذن فتحليل هذه الأيقونات ودراستها لا بد وأن يمر بمرحلة التأويل القضوي (Interprétation propositionnnelle) لأن الصورة تمثل بشكل تركيبي، لمجموعة من الأشياء ومجموعة من

المحمولات التي لا تنفصل عنها في التمثيل البصري. ولتلقي صورة ما ، فإنه من الضروري القيام بنشاط تحليلي تفكيكي يتم بواسطته التمييز والفصل بين الموضوعات ومحمولاتها وصفاتها (8). فهذه الباحثة ، ترى أنه لا يمكن الاعتقاد بوجود وحدات مقابلة لكلمات اللغة في الصورة ، وهي ترى أن العمل الحجاجي يرتبط بالدرجة الأولى بالمتلقي ، فهو الذي ينشىء البنيات القضوية ، أما الدور الحجاجي لمرسل الرسالة البصرية فإنه يتحدد في وضع قيود توجه التأويل القضوي للصورة من قبل المتلقي. وهناك ثلاثة وسائل يملكها المرسل لوضع هذه القيود :

- البنية الداخلية للصورة.
- استعمال الإيديولوجيا.
- المزاوجة بين الرسالة البصرية والنص اللغوي (9)

ونعتقد - نحن - أنه لا يمكن تبني هذا الموقف لأنه يجعل الأمور أكثر تعقيداً مما هي عليه في الواقع ، بحيث لابد وأن يمر فهم الصور وتحليلها، بل ومختلف الظواهر الأيقونية عبر التأويل القضوي، ونتساءل، هل يمكن تعميم هذا على السلوك غير الكلامي (Non Verbal) وعلى الأنماط التواصلية الأخرى ؟ وهل هناك ما يدعم هذا في البحوث والدراسات المنجزة حالياً في البيولوجيا واللسانيات وعلم النفس المعرفي وفلسفة الذهن والعلوم المعرفية بوجه عام ؟

2 - الموقف الذي نتبناه نحن مبدئياً (فنحن لم نطلع على كثير مما أنجز بخصوص هذا الموضوع في كثير من المجالات العلمية) ، ويتمثل في أن العناصر الأيقونية تُعالج بنفس الطريقة التي تعالج بها الوحدات اللغوية في البنية التصورية. فهذه البنية تعتبر المستوى الوحيد للتمثيل الذهنية الذي تعالج فيه - وبشكل متماثل ومتلائم - كافة المعلومات اللسانية والحركية والحواسية (linguistiques, motrices et sensorielles). فنحن نعبر حواسياً عن دخل كلامي، ونعبر كلامياً عن دخل حواسي، ونعبر أيضاً حركياً عن دخل حواسي أو كلامي ، ويمكن أن نعدد الأمثلة في هذا المجال، فلا فرق بين الحجاج الأيقوني والحجاج اللغوي، ويمكن تعميم نموذج جاكندوف على كثير من الظواهر، وإن كان هناك الكثير مما ينبغي أن ينجز خاصة في المستوى التمثيلي

والإجرائي.

3 – يمكن إيجاد حلول ومعالجات أخرى انطلاقاً من النظريات الذهنية والمعرفية الحديثة : نظرية النماذج (Jhonson - Laird) – نظرية الأطر – نظرية الخطاطة... الخ.

خاتمة

لقد حاولنا في هذا البحث إبراز بعض الجوانب الحجاجية للصورة الإشهارية ، سواء منها النمط المشتمل عل المكونات الأيقونية فقط ، أو النمط الذي تتم فيه المزاوجة بين العناصر اللغوية والعناصر الأيقونية، وقد تم التركيز في هذا الإطار على النقط التالية :

- الحجاجية الأيقونية.
- مظاهر التفاعل والتكامل بين النص اللغوي والمكونات الأيقونية ولا ندعي بعد ذلك أننا أحطنا بالمظاهر الحجاجية لمكونات الصورة الإشهارية. أما الجوانب المعرفية والإيديولوجية والنفسية والاجتماعية واللغوية والفنية والسينمائية وغيرها فلم تكن تشكل موضوع هذا البحث ولا تدخل في نطاق هدفه المحدد ، وإن وردت في ثنايا العرض بعض الإشارات الطفيفة والسريعة إلى هذه الجوانب. وحسبنا أننا حاولنا تقديم بعض المقترحات الجديدة والمتواضعة في هذا المجال.

فإذا كانت البحوث القليلة والمعدودة التي عالجت الحجاج في الصورة الإشهارية (ونقصد أعمال Odile Le Guern و Michele Pauget... بالخصوص) قد استندت إلى مرجعية تقليدية إلى حد ما، وقامت بالمزاوجة بين المقاربات الحجاجية الكلاسيكية التي تنتمي إلى البلاغة القديمة والحديثة أو المنطق الطبيعي (جون بليز غرير J.B. Grize ، حاييم برلمان Perelman ، ...) وبين البلاغة والسيميولوجيا واللسانيات البنيوية (أعمال يلمسليف – مارتيني – غريماس – رولان بارث...) ، فإننا تبنينا نظرية لسانية حديثة هي نظرية "الحجاج في اللغة" ، ولم يسبق حسب علمنا ، أن طبقت هذه النظرية على الصورة الإشهارية أو الظواهر الأيقونية بشكل عام. وإذا كنا – في بحوث سابقة – قد حاولنا توسيع مجال تطبيق هذه النظرية ، وطبقناها بالتالي على الخطاب

القرآني والنص الشعري وعلى الأمثال والعامية والاستعارة بعد أن كان تطبيقها محصوراً في الظروف والروابط والأدوات الحجاجية ، فإننا حاولنا في هذا البحث طرح أسئلة جديدة وارتياد فضاءات أخرى. وهذا العرض إن هو إلا محاولة أولى لدراسة الجوانب الحجاجية والمعرفية (التصورية) في الصور الإشهارية ، تتلوها محاولات أخرى ، والله الموفق للصواب.

الهوامش:

1 – ورد هذا النص في الصورة الإشهارية التي تحمل رقم (5) من صور المتن المثبتة في آخر المقال.

2 – أوديل لوغيرن (O. Le Guern) : "*Approches d'une étude argumentative de l'image*" الصفحة : 165.

3 – انظر عناوين هذه المقالات في لائحة المراجع.

4 – طه عبد الرحمن : *التواصل والحجاج* ، منشورات كلية الآداب بأگادير 1994 ، ص :

5 – جاكندوف : *Semantics and cognition*, MIT Press ، 1983

6 – جاكندوف : نفس المصدر ، ص : 17.

7 – يمكن الرجوع إلى أطروحتنا للدكتوراه ، ففيها فصل خاص عن المبادئ الحجاجية (Topoi) ، انظر ثبت المراجع.

8 – O. Le Guern : مصدر سابق ، ص : 168 – 169.

9 – نفس المصدر ، ص : 170.

المراجع :

– طه عبد الرحمن: التواصل والحجاج، (سلسلة الدروس الافتتاحية، الدرس العاشر)، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، أگادير 1994/93.

– العزاوي أبو بكر : "نحو مقاربة حجاجية للاستعارة" ، مجلة *المناظرة* ، الرباط ، العدد : 4 ، مايه ، 1991.

– العزاوي أبو بكر : "الحجاج والشعر : نحو تحليل حجاجي لنص شعري معاصر" ، مجلة *دراسات سيميائية أدبية لسانية* ، فاس ، العدد :7 ، 1992.

– العزاوي أبو بكر : "البنية الحجاجية للخطاب القرآني : سورة الأعلى نموذجاً" ، مجلة *المشكاة* ، وجدة ، العدد : 19 ، 1994.

– العزاوي أبو بكر : الأمثال الشعبية : من التحليل المنطقي إلى التحليل الحجاجي" ، ندوة

"جوانب من الثقافة الشعبية بالدار البيضاء ونواحيها" ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بالبيضاء - عين الشق ، 19 - 21 يناير 1994.

- مفتاح محمد : *دينامية النص* ، المركز الثقافي العربي ، ط 1 ، البيضاء ، 1987.

- Anscombre (J.C.) et Ducrot (O) . *L'argumentation dans la langue,* Edition P. Mardaga, Bruxelles, 1983.

- Azzaoui (B) : *Quelques connecteurs pratiqures en arabe littéraire: Approche argumentative et polyphonique,* Thèse de Doctorat unique E.H.E.S.S., Paris, 1990.

- Ducrot (O) : *Les échelles argumentatives,* Minuit, Paris, 1980.

- Grize (J.B.) : *De la logique à l'argumentation,* DROZ, Genève, 1982.

- Jackendoff (R) : *Semantics and cognition,* MIT Press, 1983.

- Le Guern (O) . "Approches d'une étude argumentative de l'image", in *l'Argumentation,* Presses universitaires de Lyon, Lyon, 1981.

- Le Guern (O) : "Le rôle argumentatif des connotations dans l'image", in *Argumentation et valeurs,* 5 Colloaue d'Albi 1984.

- Pauget (M) : "Image, récit et argumentation dans un texte didactique destiné a des jeunes enfants en R.D.A.", in *L'Argumentation,* Presses Universitaires de Lyon, 1981.

- Prelman (C) et Olbrechts - Tyteca (L) : *Traité de l'argumentation la nouvelle rhétorique,* Editions de l'institut de Sociologie de l'Université Libre de Bruxelles, 1958.